

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena munculnya ketidakpuasan konsumen yang ditunjukkan dengan terdapatnya keluhan pelanggan yang merupakan efek dari ketidakpuasan mereka setelah melakukan perawatan kecantikan di Larissa Aesthetic Center Cabang Semarang. Dengan melihat permasalahan yang ada, maka penelitian ini diarahkan untuk menganalisis mengenai bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan Larissa dengan didukung peningkatan kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, dan kepuasan konsumen.

Penelitian ini bermaksud menganalisa hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, sebagai objek penelitian adalah konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Semarang. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan klinik kecantikan kulit secara parsial dan simultan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan teknik *purposive sampling* terhadap 75 orang responden yang sudah pernah menggunakan jasa Larissa Aesthetic Center minimal 2 kali dan berusia minimal 18 tahun. Kriteria ini dipilih karena responden yang telah melakukan perawatan minimal sebanyak 2 kali dianggap telah menjadi pelanggan setia yang telah sering melakukan perawatan Larissa Aesthetic Center cabang Semarang. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dengan metode pengumpulan data kuesioner. Alat analisis yang dipergunakan adalah regresi berganda yang terlebih dahulu diuji dengan validitas dan reliabilitas.

Dari hasil analisis menggunakan regresi berganda dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Promosi (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y1), Kepuasan Konsumen (Y1) memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2). Kualitas Produk (X1), dan Promosi (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) Larissa Aesthetic Center cabang Semarang. Dan dari hasil penelitian ini juga diketahui bahwa variabel Kepuasan Konsumen berpengaruh dalam memediasi antara Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan (Y2), Kualitas Pelayanan (X2) dengan Loyalitas Pelanggan (Y2), Promosi (X3) dengan Loyalitas Pelanggan (Y2).

**Kata Kunci :Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan**